

УДК 339.13**Гораль Андрій – ст. гр. ПМм-51**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Науковий керівник: к.е.н., доцент Оксентюк Б.А.

Goral Andriy, student

Ternopil Ivan Puluj National Technical University, Ukraine

MARKETING ACTIVITY OF AN ENTERPRISE

Scientific supervisor: Ph.D., Associate Professor Oksentyuk B.A.

Концепція маркетингу – порівняно новий в історичному плані підхід в організації підприємницької діяльності. Вона стверджує, що запорукою досягнення цілей організації є визначення потреб цільових ринків і забезпечення бажаного задоволення більш ефективними і продуктивними, ніж у конкурентів, способами. Суть концепції маркетингу визначають з допомогою виразу типу: “Виробляйте те, що можете продати, замість того, щоб намагатись продати те, що можете виробити”. В концепції маркетингу головним об’єктом є цільові клієнти фірми з їх потребами. Підприємство інтегрує і координує всю свою діяльність з розрахунком на забезпечення задоволеності клієнтів, отримуючи прибуток саме завдяки створенню і підтримуванню споживчої задоволеності. По своїй суті концепція маркетингу – це орієнтація на нужди і потреби клієнтів, підкріплена комплексними зусиллями маркетингу, націленими на створення споживчої задоволеності. Підприємство виробляє те, що необхідно споживачу, і отримує прибуток за рахунок максимального задоволення його потреб.

Маркетинг, як будь-яка система, має свої напрямки, методи і задачі реалізації. Напрямки маркетингу передбачають проведення політики в області якості і асортименту продукції, формування цін, організації збуту, комунікацій. Методи, що застосовуються в маркетингу, звичайно включають: облік, аналіз, моделювання, прогнозування і проектування, коригування.

Система маркетингу передбачає вирішення наступних задач: комплексне вивчення ринку; виявлення потенційного попиту і незадоволених потреб; планування товарного асортименту і цін; розробка заходів для найбільш повного задоволення існуючого попиту; планування і здійснення збуту; розробка заходів по вдосконаленню управління і організації виробництва. Щоб бути діючим, аналіз в маркетингу повинен носити всесторонній, об’єктивний і критичний характер в тому розумінні, що існуючу практику потрібно порівнювати з прийнятими в теорії стандартами і принципами. Це повинно досягатися шляхом організації систематичних маркетингових досліджень, що доповнюються у випадку необхідності спеціальними епізодичними дослідженнями по конкретних питаннях. В результаті створюється інформаційна база для складання прогнозів, які є основою розробки програм і стратегій.

Маркетингова діяльність також передбачає управління ринком, яке спрямоване на здійснення обміну та створення відносин з метою надання споживчої цінності та задоволення нужд і запитів споживача. Таким чином, маркетинг – це процес, під час якого окремі особи та групи осіб отримують необхідне та бажане шляхом створення товарів і споживчих цінностей та обміну ними.